

ПОНЯТИЕ И ВИДЫ ТОВАРНОГО ЗНАКА

Пшеничников Виталий Владимирович

Магистрант кафедры гражданского права и процесса
Юридического института НИУ «БелГУ»
ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследователь-
ский университет, 308015, г.Белгород, ул.Победы,85

На сегодняшний день в соответствии со статьей 1477 ГК РФ¹ товарный знак рассматривается как обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей. К товарным знакам приравниваются знаки обслуживания - обозначения, служащие для индивидуализации выполняемых юридическими лицами либо индивидуальными предпринимателями работ или оказываемых ими услуг.

Зачастую товарные знаки именуют торговой маркой. Сочетание слов «торговая марка» считается дословным переводом английского слова «trademark». Термин «mark» в переводе с английского означает - знак, отметка, торговая марка². В официальных документах Всемирной организации интеллектуальной собственности (ВОИС) употребляется слово «trademark». А, к примеру, в англоязычном варианте Мадридского соглашения о международной регистрации знаков - слово «mark». Согласно законодательству множества иностранных государств (например, Украины³) торговая марка - это имя, знак, термин, символ, рисунок или их сочетание, предназначенные для идентификации товаров или услуг одного или нескольких продавцов и дифференциации товаров и услуг конкурентов⁴.

Тем самым, словосочетания «товарный знак», «торговая марка», а также термин «бренд» (англ. brand – товарный, рыночный, торговый, фирмен-

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 01.07.2017) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 52 (1ч.). Ст. 5496.

² Мамулян А.С. Англо-русский полный юридический словарь. Pocket edition. - М., 2006. С. 251.

³ Цивільний кодекс України, ст. 492 // Відомості Верховної Ради. 2003. № 40 - 44. Ст. 356.

⁴ Большой юридический словарь / Под ред. проф. А.Я. Сухарева. - М., 2006. С. 765.

ный знак, качественный символ) считаются, по сути, синонимами и имеют все шансы использоваться в одном и том же смысловом значении - товарный знак¹.

В нашей стране правообладатель имеет возможность проставлять рядом с товарным знаком предупредительную маркировку (знак охраны, другими словами, символ защиты) в виде латинской буквы «R» или латинской буквы «R» в окружности ®, либо словесного обозначения «товарный знак», либо «зарегистрированный товарный знак», предписывающую в таком случае то, что используемое обозначение является товарным знаком, охраняемым на территории Российской Федерации (статья 1485 ГК РФ). Латинская буква «R» - это начальная буква английского слова «Registered», которое в переводе на русский язык звучит как «зарегистрировано». Имеет место и маркировка «ТМ», но в соответствии с законодательством РФ, она выполняет исключительно информативную функцию, не имея правовой защиты.

Знак охраны товарного знака представляет собой специфическое обозначение, подтверждающее тот факт, что товарный знак зарегистрирован. Применение знака охраны товарного знака никак не считается неотъемлемым. Его отсутствие ни в коем случае не приводит к лишению правообладателя исключительных прав, включая прав на защиту. Нанесение подобного обозначения является правом, а ни в коем случае не обязанностью владельца знака, что также указано в статье 5D «Парижской Конвенции по охране промышленной собственности»².

Выделим основополагающие, так сказать, ключевые функции товарного знака:

1. отличительная: товарный знак способствует узнаванию товара и дает возможность отличить товары и услуги одних производителей от однотипных товаров и услуг других изготовителей;

¹ Сафонов И.В. Товарный знак // Законы России: опыт, анализ, практика. 2008. № 1.

² Конвенция по охране промышленной собственности (Заклучена в Париже 20.03.1883) (ред. от 02.10.1979) // Закон. № 7. 1999 (извлечение).

2. рекламная: содействует продвижению услуг и товаров на рынке;
3. охранительная: правительство в лице государства оберегает собственников товарных знаков от нарушения их прав иными лицами, кроме того, используется в войне с недобросовестной конкуренцией;
4. гарантийная: доносит до рядового потребителя сведения о качестве товара;
5. регулятивная: регламентация выпуска и сбыта товаров;
7. психологическая: проявляется в том, что достаточно широко известный товарный знак формирует у покупателей уверенность в наилучшем качестве товара (непосредственно связана с рекламной и гарантийной функциями).

В ст. 1482 ГК РФ¹ перечислены основные виды товарных знаков, которые могут пройти регистрацию:

1) *Словесные товарные знаки* обладают максимальной сравнительной способностью, позволяя воспринимать себя, как зрительно, так и на слух. Зачастую словесные товарные знаки представляют собой рекламные маркетинговые слоганы, к примеру: «Надежен! Создан для жизни!» - для автомобилей Ford, «Управляй мечтой!» - для автомобилей Toyota). В качестве словесных товарных знаков имеют все шансы быть зарегистрированы собственные фамилии с именами, если они обладают различительной способностью, например: «Алла Пугачева», «А. Коркунов». Ими могут являться фантазийные, выдуманные слова.

2) *Изобразительные обозначения* - это стилизованные рисунки разных объектов (человека, животных, строений и т. д.), фигуры любых форм, либо их композиции. Например, изобразительным товарным знаком компании «КонсультантПлюс», является всем известная стилизованная картинка ученого.

¹ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 01.07.2017) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 52 (1ч.). Ст. 5496.

3) *Объемные* товарные знаки являются трехмерные объекты, фигуры и комбинации линий, фигур, к примеру: брендовая трехлучевая звезда в окружности для автомобилей «Мерседес», знак телекомпании «СТС»)¹.

Также имеют право регистрироваться комбинированные обозначения, представляющие собой сочетания элементов различного вида: изобразительных, словесных и т.п. Товарный знак может быть зарегистрирован в любом цвете или цветовом сочетании (п. 2 ст. 1482 ГК РФ).

Помимо вышеуказанных видов товарных знаков, имеют место динамические, позиционные, жестикуляционные, вкусовые товарные знаки. Примеры вкусовых товарных знаков: цветочный аромат, напоминающий «розу», — для покрышек; «сильный запах горького пива» — для стрел для игры в «Дартс»; «запах свежескошенной травы» — для теннисных мячей². Но такие виды товарных знаков в российской практике пока широко не распространены.

В соответствии со ст. 1225 ГК РФ, товарный знак является объектом интеллектуальной собственности, чья суть как средства индивидуализации заключается в различительной способности товарного знака, служащей для индивидуализации товара, т.е. выделения его из массы однотипных товаров³.

Субъектами права на товарный знак (ст. 1478 ГК РФ) являются юридические лица или индивидуальные предприниматели, а в случае регистрации коллективного знака, правом его использования обладают субъекты входящие в объединение, которое его зарегистрировало (п. 1 ст. 1510 ГК РФ).

Область действия исключительного права на товарный знак ограничивается перечнем товаров, указанных в свидетельстве; территорией государства регистрации; сроком действия свидетельства.

¹ Комментарий к Гражданскому Кодексу Российской Федерации / Под ред. С.А. Степанова. - М., 2012. С. 1460.

² Леонов А. Товарный знак и защита интеллектуальной собственности // Юрист. 2010. № 12 С. 13.

³ Калачева Т.Л. Товарный знак, как средство индивидуализации и объект интеллектуальной собственности // Закон и право. 2011. № 1. С. 108.

В зависимости от количества субъектов, имеющих право на пользование товарным знаком, выделяют индивидуальные и коллективные товарные знаки. Индивидуальный товарный знак - это обозначение, зарегистрированное на имя отдельного конкретного предпринимателя, для коллективного же товарного знака характерны следующие *отличительные аспекты*:

- товарный знак регистрируется на имя объединения лиц, являющегося в соответствии со ст. 121 ГК РФ организационно-правовой формой некоммерческой организации;

- правом использования коллективного товарного знака владеет не само объединение, а субъекты, входящие в него, указанные в свидетельстве на коллективный товарный знак;

- выпускаемые организациями - членами объединения товары должны обладать едиными качественными или другими характеристиками общего свойства. Нарушение этого правила может повлечь досрочное прекращение правовой охраны коллективного товарного знака (п. 3 ст. 1511 ГК РФ);

- право на коллективный знак не может быть отчуждено, как и не может быть предметом лицензионного договора¹.

Согласно уровню популярности товарные знаки подразделяются на обычные и общеизвестные. В роли обычных товарных знаков выступают различные новые оригинальные обозначения товаров, отвечающие всем критериям охраноспособности, в свою очередь, под общеизвестным товарным знаком подразумевается обозначение, знакомое широкому кругу потребителей благодаря его активному использованию для обозначения отдельных товаров².

Признание товарного знака общеизвестным производится в порядке, определенном в Приказе Минэкономразвития России от 27.08.2015 № 601 «Об утверждении Перечня сведений, указываемых в свидетельстве на обще-

¹ Комментарий к Гражданскому Кодексу Российской Федерации / Под ред. С.А. Степанова. - М., 2012. С. 1490.

² Гражданское право: Учебник в 3-х томах / Под ред. А.П. Сергеева. - М., 2010. С. 211-212.

известный товарный знак, формы свидетельства на общеизвестный товарный знак»¹.

В соответствии со статьей 6.bis «Парижской Конвенции по охране промышленной собственности» от 20.03.1883г.² общеизвестным товарным знакам обеспечивается правовая охрана еще до их регистрации, в то время, как обычным - предоставляется правовая охрана только их государственной регистрации (ст. 1480 ГК РФ).

Одним из значимых предпосылок правовой охраны товарного знака является его новизна. Вместе с тем, законодательство Российской Федерации, как и ряда других государств, руководствуется принципом относительной новизны условных обозначений, заявляемых в качестве товарных знаков. Это значит, что регистрация любого обозначения в качестве товарного знака в каких-либо других странах не препятствует признанию данного, либо сходного обозначения товарным знаком в нашей стране, если иное не предусмотрено международными соглашениями, в которых участвует Россия³.

Согласно ст. 1478 ГК РФ⁴, обладателями прав на товарный знак могут быть юридические лица и индивидуальные предприниматели. То есть правообладатель обязан быть зарегистрирован в качестве субъекта, осуществляющего предпринимательскую деятельность.

Вместе с тем, следует подчеркнуть, что товарный знак, приравняемый к результатам интеллектуальной деятельности, не имеет автора, однако деятельность по изобретению образца товарного знака, например, изобразительного, порой требует значительных умственных затрат и сама по себе

¹ Приказ Минэкономразвития России от 27.08.2015 № 601 "Об утверждении Перечня сведений, указываемых в свидетельстве на общеизвестный товарный знак, формы свидетельства на общеизвестный товарный знак" (Зарегистрировано в Минюсте России 30.09.2015 № 39064) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 02.10.2015.

² Конвенция по охране промышленной собственности (Заключена в Париже 20.03.1883) (ред. от 02.10.1979) // Закон. № 7. 1999 (извлечение).

³ Гражданское право: Учебник в 3-х томах / Под ред. А.П. Сергеева. - М., 2010. С.210

⁴ Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 01.07.2017) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 52 (1ч.). Ст. 5496.

вполне может быть отнесена к интеллектуальной¹. В этом случае уместно вести разговор не только об исключительном праве на товарный знак юридического лица (индивидуального предпринимателя), но и о праве авторства его создателя.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Конвенция по охране промышленной собственности (Заключена в Париже 20.03.1883) (ред. от 02.10.1979) // Закон. № 7. 1999 (извлечение).
2. Всемирная конвенция об авторском праве (Заключена в г. Женеве 06.09.1952) (вместе со «Статусом Всемирной конвенции об авторском праве (Женева, 6 сентября 1952 года)» (последние изменения произошли 26.04.2007)) // СП СССР. 1973. № 24. Ст. 139.
3. Конвенция об охране интересов производителей фонограмм от незаконного воспроизводства их фонограмм (Заключена в г. Женеве 29.10.1971) (вместе со "Статусом Конвенции об охране интересов производителей фонограмм от незаконного воспроизводства их фонограмм (Женева, 29 октября 1971 года)" (по состоянию на 24.08.2017)) // Бюллетень международных договоров. № 8. 1999.
4. Бернская Конвенция по охране литературных и художественных произведений от 09.09.1886 (ред. от 28.09.1979) // Бюллетень международных договоров. № 9. 2003.
5. Евразийская патентная конвенция (Заключена в г. Москве 09.09.1994) // Собрание законодательства РФ. № 20. 1996. Ст. 2323.
6. Соглашение о международной регистрации знаков (Заключено в Мадриде 14.04.1891) (ред. от 02.10.1979) (вместе с "Инструкцией к мадридскому Соглашению ..." от 01.04.1992) // Публикация ВОИС. № 260(R). 1992.

¹ Масленков И. Имеет ли товарный знак автора и первоначальную стоимость? // ИС. Авторское право и смежные права. 2007 .№ 6. С. 21 - 25.

7. Соглашение о Международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков (заключено в Ницце 15.06.1957) (ред. от 28.09.1979) // Публикация ВОИС. № 292(R). 1992.

8. Договор о законах по товарным знакам (Вместе с "Инструкцией к Договору...", Типовыми международными бланками) (Подписан в г. Женеве 27.10.1994) // Договор о законах по товарным знакам и Инструкция, подписанные в Женеве 27 октября 1994 г. Публикация № 225(R). - Женева: Всемирная организация интеллектуальной собственности, 1994.

9. Договор о патентной кооперации (Подписан в г. Вашингтоне 19.06.1970) (с изм. и доп. от 03.10.2001) // Сайт Всемирной организации интеллектуальной собственности <http://wipo.int>.

10. Сингапурский договор о законах по товарным знакам (Подписан в г. Сингапуре 27.03.2006г.) // Собрание законодательства РФ. № 23. 2010. Ст. 2801.

11. Договор о Евразийском экономическом союзе (Подписан в г. Астане 29.05.2014) (ред. от 08.05.2015) (с изм. и доп., вступ. в силу с 12.08.2017) // Официальный интернет-портал правовой информации <http://www.pravo.gov.ru>, 16.01.2015.

12. Соглашение стран СНГ от 24.09.1993 "О сотрудничестве в области охраны авторского права и смежных прав" // Бюллетень международных договоров. № 3. 2008.

13. Соглашение по торговым аспектам прав интеллектуальной собственности» (Заключено в г. Марракеше 15.04.1994г.) // *International Investment Instruments: A Compendium. Volume I.*- New York and Geneva: United Nations, 1996. P. 337 - 371.

14. Единый международный классификатор товаров и услуг, принят Ниццким соглашением о международной классификации товаров и услуг для регистрации знаков от 15 июня 1957 г. (пересмотрен в Стокгольме 14 июля 1967 г. и в Женеве 13 мая 1977г.), последнее опубликование 1 января 2012 г.

15. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993) (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 № 2-ФКЗ, от 21.07.2014 № 11-ФКЗ) // Собрании законодательства РФ. 2014. № 31. Ст. 4398.

16. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ (ред. от 29.07.2017) // Собрание законодательства РФ. 1994. № 32. Ст. 3301.

17. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996 № 14-ФЗ (ред. от 28.03.2017) // Собрание законодательства РФ. 1996. № 5. Ст. 410.

18. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть третья) от 26.11.2001 № 146-ФЗ (ред. от 28.03.2017) // Собрание законодательства РФ. 2001. № 49. Ст. 4552.

19. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть четвертая) от 18.12.2006 № 230-ФЗ (ред. от 01.07.2017) // Собрание законодательства РФ. 2006. № 52 (1 ч.). Ст. 5496.

20. Гражданский Кодекс РСФСР, утв. ВС РСФСР 11.06.1964 (Утратил силу) // Ведомости ВС РСФСР. 1964. № 24.

21. Закон СССР от 3.07.1991г. № 2293-1 «О товарных знаках и знаках обслуживания» (утратил силу).

22. Постановление Правительства РФ от 19 сентября 1997 г. (ред. от 28.07.2005) № 1203 «О Российском агентстве по патентам и товарным знакам и подведомственных ему организациях» // Собрание законодательства РФ от 1997г. № 39. Ст. 4541.

23. Постановление Правительства РФ от 13.08.1997 № 1009 (ред. от 31.07.2017) «Об утверждении Правил подготовки нормативных правовых актов федеральных органов исполнительной власти и их государственной регистрации» // Российская газета. № 161. 1997.

24. Адуев А.И., Белогорская Е.М. Товарный знак и его правовое значе-

ние. - М., 1972.

25. Гражданский кодекс Российской Федерации: Фирменное наименование. Товарный знак. Место происхождения товара. Коммерческое обозначение. Постатейный комментарий к главе 76 / М.Я. Кириллова, П.В. Крашенинников, В.В. Орлова и др.; под ред. П.В. Крашенинникова. - М.: Статут, 2015. 222 с.

26. Калачева Т.Л. Товарный знак, как средство индивидуализации и объект интеллектуальной собственности // Закон и право. 2011. № 1.

27. Кандауров А.И. Право на товарный знак: проблемы реализации // Адвокат. 2010. № 3. С. 53 – 56.

28. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации. Часть вторая: Учебно-практический комментарий под ред. А.П. Сергеева. – М.: Проспект, 2010.

29. Леонов А. Товарный знак и защита интеллектуальной собственности // Юрист. 2010. № 12 С. 13.

30. Права на товарный знак: монография / Д.В. Афанасьев, А.С. Ворожечин, В.В. Голофаев и др.; отв. ред. Л.А. Новоселова. - М.: НОРМА, ИНФРА-М, 2016. 144 с.

31. Сафонов И.В. Товарный знак // Законы России: опыт, анализ, практика. 2008. № 1.

32. Сергеев А.П. Право интеллектуальной собственности в Российской Федерации: Учебник. - М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2004.

33. Шульга А.К. Правовой режим товарных знаков по современному гражданскому законодательству РФ: Автореф. дисс. канд. юрид. наук: 12:00:03. А.К. Шульга. - Краснодар, 2010. С. 7.